おかげさまで30年
Leading to the future

訪日中国人客の買物意識と行動に関する調査レポート
（速報版）

本レポートは、「速報版」として、中国本土でのインターネット調査と上海でのグループインタビューの調査結果データを掲載しております。
調査データやインタビューから読み取れる訪日中国人客の買物意識や行動の傾向の考察は、正式版レポートにて掲載いたします。
（2015 年 9 月初旬発行予定）

株式会社プラネット
<企画・調査>
IDR The Institute of Marketing & Distribution Research
一般社団法人　流通問題研究協会

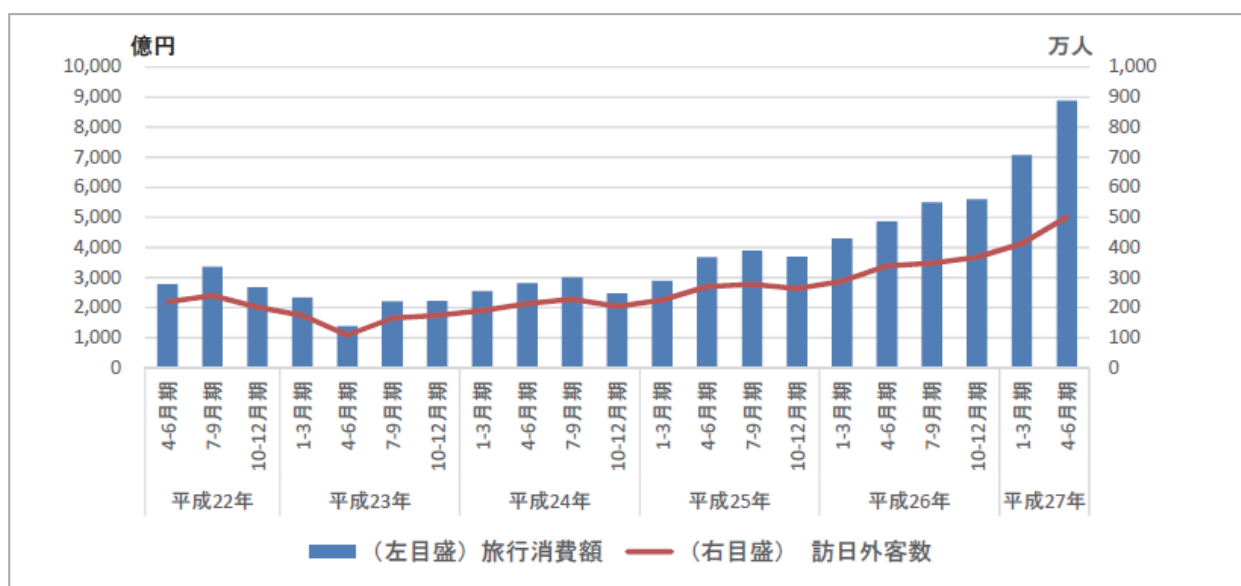
2015 年 8 月

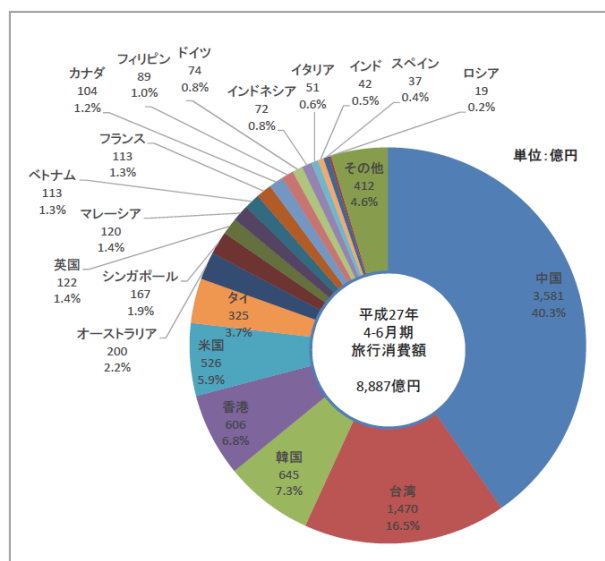
本調査の背景

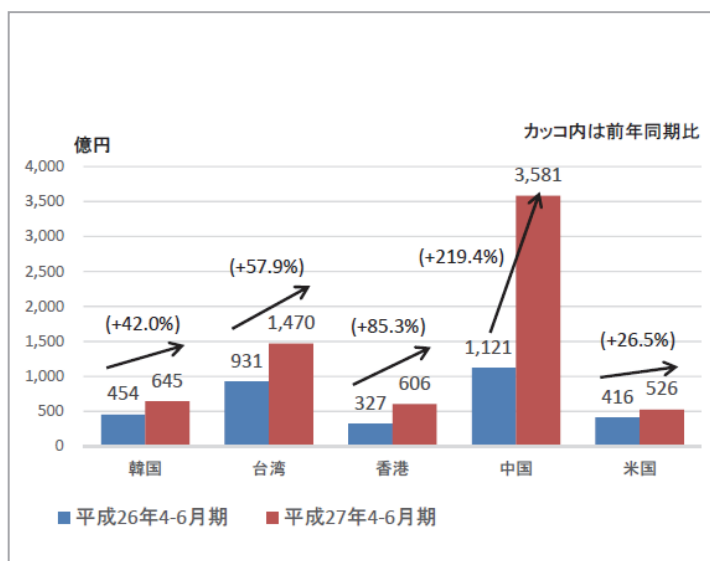
日本政府観光局（JNTO）によると、2015 年上半期の訪日外客数の累計は前年同期比 46%増の 914 万人に達した。ビザの大幅緩和や消費税免税制度拡充のほか、アジア地域の経済成長や円安の進行により訪日旅行の需要はますます拡大している。

また、国土交通省観光庁が発表した「訪日外国人消費動向調査」によると、本年４～６月期の訪日外国人の旅行消費額は 8,887 億円で前年同期に比べて 82.5%の増加だった。訪日客数が 48.0%増の 501 万人に伸びたことに加えて、１人当たりの旅行支出も 17 万 7428 円と 23.3%増加した。

国・地域別の消費額では、中国が 3,581 億円とトップで前年同期に比べて約 3.2 倍に急増しており、全体の約 40%を占める。

１人当たりの旅行支出においても、中国が 285,306 万円でトップ。その中で買物代は、173,404 円となっており、日本国内でのインバウンド消費をけん引している。

【旅行消費額と訪日外客数の推移】

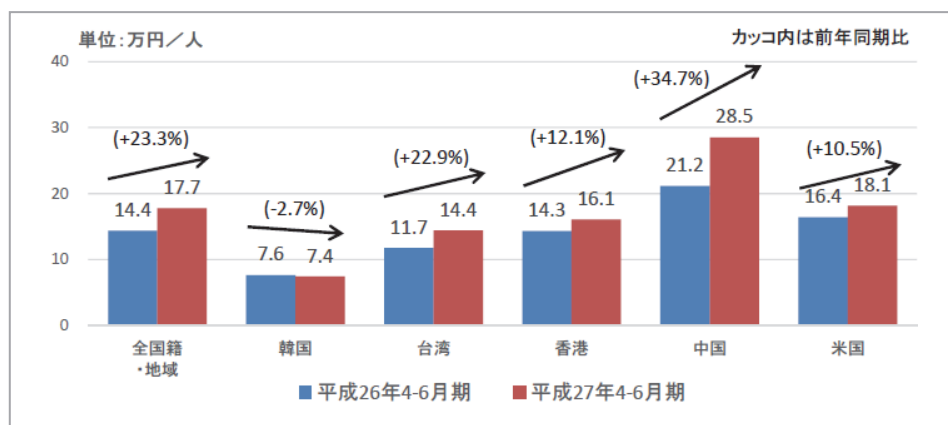
＊観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用

【国籍・地域別の旅行消費額と構成比】

＊観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用

【旅行消費額の対前年同期比較】

＊観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用

単位：万円／人

カッコ内は前年同期比

	全国籍・地域	韓国	台湾	香港	中国	米国
平成26年4-6月期	14.4	7.6	11.7	14.3	21.2	16.4
平成27年4-6月期	17.7	7.4	14.4	16.1	28.5	18.1
	(+23.3%)	(-2.7%)	(+22.9%)	(+12.1%)	(+34.7%)	(+10.5%)

【訪日外国人１人当たり旅行支出】

＊観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用

中国からの訪日外国人の買物の費目別購入率における上位は、「化粧品・香水」が 72.8%、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー」が 72.2%と続く。

国籍・地域	全国籍・地域		韓国		台湾		香港		中国		米国	
費目	購入率	購入者単価（円）	購入率	購入者単価（円）	購入率	購入者単価（円）	購入率	購入者単価（円）	購入率	購入者単価（円）	購入率	購入者単価（円）
菓子類	64.4%	9,847	75.2%	5,528	70.0%	9,928	63.8%	11,361	71.2%	13,204	39.9%	5,891
その他食料品・飲料・酒・たばこ	57.2%	11,574	55.4%	6,766	61.4%	9,216	56.2%	10,592	58.9%	17,189	56.1%	11,702
カメラ・ビデオカメラ・時計	12.1%	74,079	2.9%	23,929	7.2%	36,208	12.3%	25,356	25.8%	103,920	2.4%	21,622
電気製品	20.2%	47,582	3.9%	21,255	24.6%	34,374	16.2%	17,427	42.8%	62,316	6.3%	47,196
化粧品・香水	41.1%	30,132	28.6%	10,996	36.9%	17,094	46.2%	18,232	72.8%	48,263	9.0%	17,153
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	47.8%	24,962	31.9%	9,627	73.5%	19,522	62.3%	10,595	72.2%	41,225	11.7%	6,565
和服（着物）・民芸品	12.8%	17,022	5.6%	5,338	9.6%	8,166	11.2%	8,151	9.2%	39,317	28.7%	14,618
服（和服以外）・かばん・靴	41.8%	40,464	23.6%	20,105	48.7%	28,716	64.6%	30,964	50.1%	73,235	20.8%	15,094
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	11.6%	13,315	10.2%	9,250	10.2%	10,973	14.6%	22,441	10.0%	13,463	12.6%	14,060
書籍・絵葉書・CD・DVD	11.1%	6,867	4.5%	6,835	10.9%	5,551	15.0%	5,902	9.1%	7,728	17.8%	7,918

【費目別購入率および購入者単価（主要国籍・地域別）】

＊観光庁「訪日外国人消費動向調査」より引用

本調査の目的

訪日外国人が増加し日本国内での買物需要が拡大する中で、2014 年から中国人の「爆買い」が大きな話題となった。2015 年に入っても訪日外国人の日本国内での消費額は衰えることなく大きくなっている。中でも中国人訪日客の旅行消費額は他の国、地域の訪日客と比べ群を抜いている。

訪日中国人客の買物消費の特徴の一つとして、化粧品、トイレタリー、医薬品のカテゴリの購入額が非常に高いことがあげられる。すでに訪日中国人客の消費がこれらのカテゴリに関連する各社の決算数値にも表れており、市場において無視できない要素であることは間違いない。

政府が進める観光立国アクション・プログラムとも相まって、今後も拡大が期待される訪日外国人消費について知るため、今回の調査では訪日中国人客の日本での買物行動についての実態を明らかにすることを目的として実施した。

調査設計と方法

調査内容は、以下の３つの観点で設計した。

① 訪日前の準備行動として、「日本での買いたい物リスト」作成にあたり、どのような情報をもとに、どのような準備しているのか

② 日本滞在中に実際にどのような買い物行動をしているのか

③ 帰国後の消費とその後の行動

また、以下の方法による多角的な調査を実施した。

◇ 中国本土でのインターネットによるアンケート調査

◇ 上海でのグループインタビュー

◇ 茨城空港での帰国直前の訪日中国人へのインタビュー

※ 速報版では、「茨城空港での帰国直前の訪日中国人へのインタビュー」の結果は掲載しておりません。

1． 中国本土でのインターネットによるアンケート調査

（1）調査設計

調査方法	インターネットリサーチ			
対象地域（%）	上海	北京	広州	深圳
	41.1	26.8	24.8	7.3
調査対象	6ヶ月以内の訪日経験者			
回答者数	355名			
調査機関	インターワイヤード／GMOリサーチ			
調査期間	2015年4月26日～30日			

（2）回答者の属性

【性別】

男性 45.1%
女性 54.9%

【職業】

政府機関(管理職・一般職) 11.3%
民間企業（経営者） 4.2%
民間企業（管理職） 39.4%
民間企業（一般職） 22.3%
医者・学者 6.8%
自由業 個人営業7.6%
学生 2.8%
その他 5.6%

【世帯年収（元）】

50,000以下 1.9%
50,001～100,000 4.5%
100,001～200,000 30.6%
200,001～500,000 36.6%
500,001～1,000,000 13.1%
1,000,001以上 13.3%

【最終学歴】

高校または専門学校 2.0%
短期大学 9.0%
大学 75.7%
修士 11.0%
博士以上 2.3%

【同居している人】

自分だけ（一人暮らし） 2.2%
配偶者 パートナー 42.5%
自分の子供 33.3%
自分の父母 15.0%
自分の兄弟姉妹 1.7%
配偶者の父母 2.9%
その他 2.5%

【日本に訪れた回数】

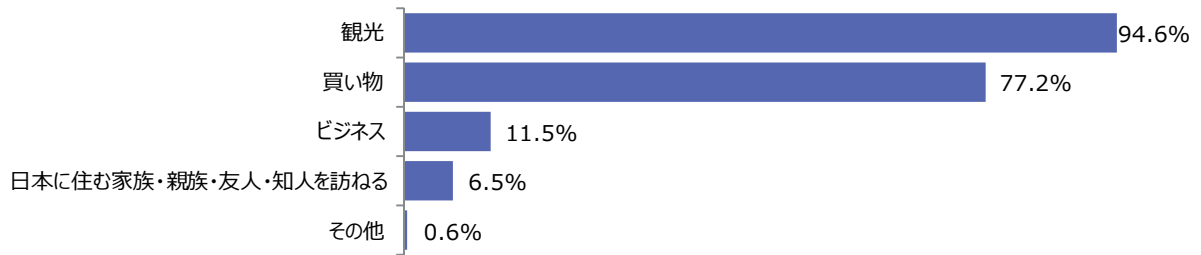
1回だけ 24.1%
2回 39.2%
3回 20.3%
4回以上 16.4%

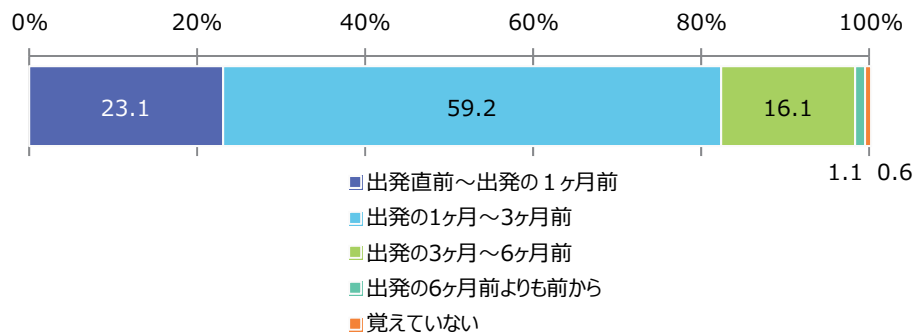
【最後に日本に訪れた時期】

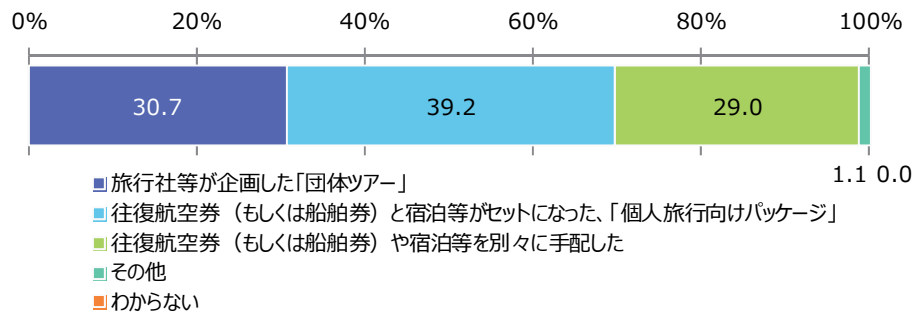
2015年5月 3.7%
2015年4月 9.9%
2015年3月 28.1%
2015年2月 24.8%
2015年1月 16.9%
2014年12月 11.3%
2014年11月 5.4%

（3）調査結果

Q1．直近で日本を訪れたときの、「目的」は何でしたか。（MA）

目的	%
観光	94.6%
買い物	77.2%
ビジネス	11.5%
日本に住む家族・親族・友人・知人を訪ねる	6.5%
その他	0.6%

Q2．日本に行くことを、決めたのはいつ頃でしたか。（SA）

回答	%
出発直前～出発の１ヶ月前	23.1
出発の1ヶ月～3ヶ月前	59.2
出発の3ヶ月～6ヶ月前	16.1
出発の6ヶ月前よりも前から	1.1
覚えていない	0.6

Q3．直近で日本を訪れたときの、「旅行形態」をお選びください。（SA）

回答	%
旅行社等が企画した「団体ツアー」	30.7
往復航空券（もしくは船舶券）と宿泊等がセットになった、「個人旅行向けパッケージ」	39.2
往復航空券（もしくは船舶券）や宿泊等を別々に手配した	29.0
その他	1.1
わからない	0.0

Q4．直近で日本を訪れたときの、旅行代金（旅行会社などのパック料金、航空券、ホテル代）はいくらくらいでしたか。（SA）

回答	%
2,500元以下	3
2,501元～5,000元	18.0
5,001元～10,000元	49.0
10,001元以上	32.4
わからない／覚えていない	0.3

Q５．直近で日本を訪れたときに、利用した「旅行社」をお選びください。（SA）

0%　20%　40%　60%　80%　100%

27.3　20.8　9.6　9.6　5.4　4.8　4.8　3.7　2.5

- 中国旅行社…9.5%
- 中山国际旅行社…3.6%
- 海峡旅行社…0%
- 中国国际旅行社…20.8%
- 中国青年旅行社…9.5%
- 中国康辉旅行社…4.7%
- 港中旅国际旅行社…1.1%
- 中信旅游…0.2%
- 锦江旅游…1.1%
- 海外旅游公司…0%
- 携程…27.3%
- 去哪儿…4.7%
- 艺龙…0.8%
- 同程网…2.5%
- 途牛旅游网…5.3%
- 驴妈妈旅游…0.8%
- 芒果网…0%
- 悠哉旅游网…0.2%
- 欣欣旅游…0%
- 酷讯旅游…0%
- 乐途…0%
- その他…0.2%
- 旅行社は利用したが、社名は覚えていない…0.5%
- 旅行社は利用していない…6.1%
- わからない…0%

Q６．利用した旅行社を、どこで知りましたか。（MA）

項目	%
旅行社のホームページ	44.1%
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、捜狐など）	42.6%
中国に住む家族・親族・友人・知人から	41.1%
SNS・ミニブログ（人人網、微博、腾讯微博、微信など）	34.1%
テレビ	23.9%
旅行社のパンフレットやチラシ	23.3%
中国の政府機関や国家観光局のホームページ	17.8%
メッセンジャー（QQなど）	17.2%
日本の政府機関や観光局のホームページ	16.3%
ショッピングサイト（淘宝網、阿里巴巴、当当網など）	12.7%
動画サイト（優酷網など）	11.5%
日本に住む家族・親族・友人・知人から	11.2%
ニュースサイト（新華社通信、人民日報、中央電視台など）	10.0%
日本のマスメディア記事を掲載しているWebサイト	7.9%
ラジオ	4.5%
その他Webサイト	2.4%
ガイドブック・書籍	1.8%
雑誌	1.5%
新聞	0.9%
その他	1.2%
同行者が手配したのでわからない/覚えていない	0.3%

（SA：単一回答　MA：複数回答　MXSA：マトリクス単一回答）

Q7．直近で日本を訪れたときに利用した飛行機の、「航空会社」をお選びください。（MA）

航空会社	%
中国国際航空	46.5%
中国東方航空	32.4%
全日本空輸	13.0%
中国南方航空	11.3%
日本航空	8.7%
春秋航空	5.1%
キャセイパシフィック	4.8%
アシアナ航空	2.8%
大韓航空	2.3%
上海航空	2.3%
エアアジアX	2.0%
チャイナエアライン	0.8%
エバー航空	0.6%
ジェットスター・アジア	0.6%
トランスアジア航空	0.3%
その他	0.6%
わからない／飛行機は利用していない	0.3%

Q8．直近で日本を訪れた際、誰と一緒に行きましたか。（MA）

同行者	%
配偶者・パートナー	69.3%
自分の子供	22.0%
友人・知人	11.3%
自分だけ	10.7%
自分の父・母	10.7%
会社の同僚	2.5%
自分の兄弟姉妹	1.7%
配偶者の父・母	0.8%
その他の家族・親族	0.3%
その他の人	0.3%

Q9．日本を訪れる前に、「旅の準備」や「調べもの」などをしましたか。（MA）

項目	%
日本について、ネットで調べた	77.2%
買いたい物や食べたいもの、行きたい店をリストアップした	56.9%
行きたい観光地をリストアップした	52.7%
日本に行ったことがある人・住んでいる人に、日本について聞いた	45.4%
ガイドブックを買った	43.1%
旅行中の「自由時間」について、時間の使い方を検討した	30.4%
友人・知人から「日本で買って来てほしい物」を募った	28.2%
日本を訪れるために、貯金をした・収入を増やした	11.3%
日本を訪れるために、人からお金を借りた	2.3%
その他	0.0%
特になにもしなかった	1.4%

Q１０．日本を訪れるにあたり、「買いたい商品」のリストやメモを作成しましたか。（SA）

回答	%
購入したい商品と、それらを購入できる店の詳細なリストを作った	45.4
購入したい商品のリストだけ作った	34.1
行きたい店のリストだけ作った	5.9
自分では作っていないが、家族などにリストを渡された	4.5
リストは作らなかった	10.1
その他	

Q１１．買いたい商品や行きたい店のリストを作成したときに、参考にした情報源をお選びください。(MA)

情報源	%
中国に住む家族・親族・友人・知人から	49.2%
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、捜狐など）	44.2%
SNS・ミニブログ（人人網、微博、腾讯微博、微信など）	39.9%
ショッピングサイト（淘宝網、阿里巴巴、当当網など）	28.7%
商品のメーカー企業のホームページ（中国語のページ）	27.4%
旅行社のホームページ	26.1%
テレビ	22.4%
メッセンジャー（QQなど）	21.1%
行きたい店の、ホームページ（中国語のページ）	20.5%
旅行社のパンフレットやチラシ	20.1%
日本に住む家族・親族・友人・知人から	14.9%
商品のメーカー企業のホームページ（日本語のページ）	14.5%
日本のマスメディア記事を掲載しているWebサイト	13.5%
ニュースサイト（新華社通信、人民日報、中央電視台など）	12.5%
行きたい店の、ホームページ（日本語のページ）	11.6%
ラジオ	5.0%
ガイドブック・書籍	3.0%
雑誌	1.0%
新聞	0.7%
その他Webサイト	0.7%
その他	0.0%
わからない／覚えていない	0.0%

Q１２．そのリストに、医薬品や化粧品、日用品などを入れていましたか。リストに入れていたものがあればお選びください。（MA）

項目	%
基礎化粧品_資生堂等の日本メーカー（化粧水・乳液など）	55.7%
メイクアップ化粧品_資生堂等の日本メーカー（口紅、ファンデーションなど）	54.3%
ボディケア用品（ボディソープ、ハンドクリーム・制汗剤など）	37.9%
メイクアップ化粧品_ランコム等の海外メーカー（口紅、ファンデーションなど）	37.6%
健康食品・サプリメント	36.5%
風邪薬（葛根湯・パブロンなど）	34.8%
口腔内ケア用品（歯ブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど）	32.3%
ヘアケア用品（シャンプー、トリートメント・整髪剤など）	29.8%
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	27.3%
解熱鎮痛剤（頭痛薬など）	27.0%
基礎化粧品_ランコム等の海外メーカー（化粧水・乳液など）	25.5%
目薬	24.8%
胃腸薬（正露丸・第一三共胃腸薬など）	24.5%
アイケア用品（目の洗浄剤・ホットアイマスク「めぐりズム」など）	24.1%
生理用品（ナプキン・尿とりパッドなど）	21.6%
化粧小物（爪切り・ビューラー・カミソリなど）	17.7%
レッグ・フットケア用品（足用冷却シート「休足時間」・脱毛剤など）	17.4%
紙おむつ（ベビー用）	17.0%
生活雑貨（食器用洗剤・住居用洗剤、鍋、スポンジなど）	16.3%
衣料洗濯用品（洗濯洗剤・柔軟剤など）	12.1%
芳香・消臭剤（消臭剤・芳香剤・衣類消臭スプレーなど）	10.3%
熱冷却用品、使い捨てカイロ（冷えピタ、ホッカイロなど）	9.9%
避妊用具	8.5%
漢方薬	8.2%
マスク	8.2%
防虫・殺虫剤（防虫剤・蚊取り線香・ゴキブリ捕獲器）	7.8%
ペット用品・ペットフード	7.4%
紙製品（ティッシュペーパー・トイレットペーパーなど）	6.4%
紙おむつ（大人用）	4.3%
その他	1.4%
覚えていない	0.4%

Q１３．「日本で購入する商品」を、予め、日本を訪れる前に予約（取り置き）をしましたか。（SA）

予約をした	予約していない（予約ができることは知っていた）	予約していない（予約ができることを知らなかった）
26.2	41.1	32.6

Ｑ１４．行きたい店のリストに、入れた店舗をお選びください。（MA）

店舗	割合
伊勢丹	52.7%
三越	44.0%
マツモトキヨシ	42.9%
ドン・キホーテ	39.0%
空港の免税店	31.3%
イトーヨーカドー	27.5%
イオン	26.9%
LAOX	18.1%
セブンイレブン	16.5%
ビックカメラ	9.3%
ドラッグストア：その他	4.9%
デパート：その他	3.8%
コンビニエンスストア：その他	3.8%
スーパーマーケット：その他	1.1%
家電量販店：その他	0.5%
その他	1.1%
覚えていない	0.5%

Ｑ１５．Ｑ１４で選んだ店を、リストに入れた理由をお選び下さい。（MA）

理由	割合
中国語の案内や表記があると評判だった/情報があった	46.7%
中国語を話せる店員が居ると評判だった/情報があった	41.2%
夜間など、営業時間が都合良かった	35.2%
その店に行けば、欲しい商品はたいていあると評判だった	33.0%
免税の店だった	29.7%
店頭の案内やPOPなどが分かりやすいと評判だった	28.6%
英語を話せる店員が居ると評判だった/情報があった	24.2%
ツアー日程中に行きやすい場所にあった	23.1%
他に行きたい店の近く・同じ街にあった	20.9%
クレジットカードを使える店だった	14.8%
銀聯カードを使える店だった	13.7%
元の表記があり、計算しやすいと評判だった	13.2%
品切れしにくい店と評判だった	12.6%
店→空港、宿泊先などへ配送してくれる、配送サービスがあった	3.8%
その店しか知らなかった	0.5%
その他	0.5%
17.わからない／覚えていない	0.5%

Q１６．日本に滞在中、「買い物のために」訪れた店は何店舗くらいでしたか。(SA)

1店舗	2～3店舗	4～5店舗	6～10店舗	11店舗以上	何店舗かは覚えていない	0店舗（訪れていない）
0.8	22.0	40.3	25.1	6.8	4.5	0.6

Q１７．日本に滞在中に、あなたは下記の店舗を「買い物のために」訪れましたか。また、それはどのような経緯で訪れましたか。 (SA)

	1.ツアー日程に組まれていたので行った	2.訪日前から予定して、行った	3.日本滞在中に、急きょ行くことになった	4.この店は訪れていない
空港の免税店	36.0	36.5	16.4	11.0
伊勢丹	34.8	31.7	11.6	21.8
イトーヨーカドー	30.0	27.2	16.4	26.3
セブンイレブン	18.4	24.9	28.6	28.0
三越	38.0	23.5	9.9	28.6
ドン・キホーテ	23.5	31.2	15.9	29.5
マツモトキヨシ	24.9	29.2	15.6	30.3
デパート：その他	20.4	24.1	24.1	31.4
ドラッグストア：その他	24.1	27.8	15.0	33.1
その他のスーパーマーケット	12.5	25.8	27.8	34.0
イオン	22.1	26.9	16.1	34.8
その他のコンビニエンスストア	11.3	22.4	27.5	38.8
ビックカメラ	17.6	23.5	13.0	45.9
その他の家電量販店	15.0	19.8	18.1	47.0
LAOX	12.7	23.5	15.6	48.2
その他	7.9	14.4	15.3	62.3

Q１８.(急きょ行くことになった店舗があった人へ）なぜ、その店に行ったのですか。理由をお選びください。（MA）

理由	割合
新しく欲しい商品が出て、買いに行った	44.7%
日本に来てから情報を入手し、行くことを決めた	35.9%
日本らしいものが売っていそうだった	35.9%
同行者の希望で行くことになった	33.2%
通りがかりに気になって入ってみた	26.3%
買いものしやすそうな店だった	25.2%
スケジュールが想定通りにいかず、近場の店で我慢する事になった	17.6%
欲しい商品が品切れだった	16.0%
訪日中国人向けのセールやイベントをやっていた	15.3%
聞いたことのある店だった	13.7%
他に入店している中国人がいた	11.1%
その他	0.0%
特に理由はない	0.8%

（SA：単一回答　MA：複数回答　MXSA：マトリクス単一回答）

Q１９. 日本で、あなたは次の商品を購入しましたか。購入した場合は、「買いたい物リスト」に入っていたかどうかも併せてお答えください。（SA）

商品	1.買った（リストに入っていた）	2.買った（リストには入っていなかった）	3.この商品は買っていない
基礎化粧品_資生堂等の日本メーカー（化粧水・乳液など）	48.4	29.2	22.4
メイクアップ化粧品_資生堂等の日本メーカー（口紅、ファンデーションなど）	51.3	25.8	22.9
メイクアップ化粧品_ランコム等の海外メーカー（口紅、ファンデーションなど）	33.7	30.3	36.0
基礎化粧品_ランコム等の海外メーカー（化粧水・乳液など）	35.4	26.3	38.2
ボディケア用品（ボディソープ、ハンドクリーム・制汗剤など）	35.4	25.2	39.4
ヘアケア用品（シャンプー、トリートメント・整髪剤など）	26.9	28.3	44.8
健康食品・サプリメント	32.3	22.9	44.8
目薬	30.9	22.7	46.5
口腔内ケア用品（歯ブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど）	25.8	27.8	46.5
風邪薬（葛根湯・パブロンなど）	33.7	15.3	51.0
アイケア用品（目の洗浄剤・ホットアイマスク「めぐりズム」など）	23.2	25.8	51.0
化粧小物（爪切り・ビューラー・カミソリなど）	21.0	25.2	53.8
レッグ・フットケア用品（足用冷却シート「休足時間」・脱毛剤など）	21.2	21.5	57.2
胃腸薬（正露丸・第一三共胃腸薬など）	22.9	19.5	57.5
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	24.1	17.6	58.4
生活雑貨（食器用洗剤・住居用洗剤、鍋、スポンジなど）	17.3	23.8	58.9
紙製品（ティッシュペーパー・トイレットペーパーなど）	14.2	25.5	60.3
解熱鎮痛剤（頭痛薬など）	19.0	19.5	61.5
熱冷却用品、使い捨てカイロ（冷えピタ、ホッカイロなど）	15.9	22.7	61.5
生理用品（ナプキン・尿とりパッドなど）	15.9	22.1	62.0
漢方薬	14.7	22.4	62.9
芳香・消臭剤（消臭剤・芳香剤・衣類消臭スプレーなど）	16.1	20.1	63.7
紙おむつ（ベビー用）	20.7	15.6	63.7
衣料洗濯用品（洗濯洗剤・柔軟剤など）	17.6	16.7	65.7
マスク	13.3	18.1	68.6
防虫・殺虫剤（防虫剤・蚊取り線香・ゴキブリ捕獲器）	7.6	23.2	69.1
避妊用具	11.6	19.3	69.1
ペット用品・ペットフード	11.3	13.9	74.8
紙おむつ（大人用）	6.8	15.3	77.9
その他	5.7	21.5	72.8

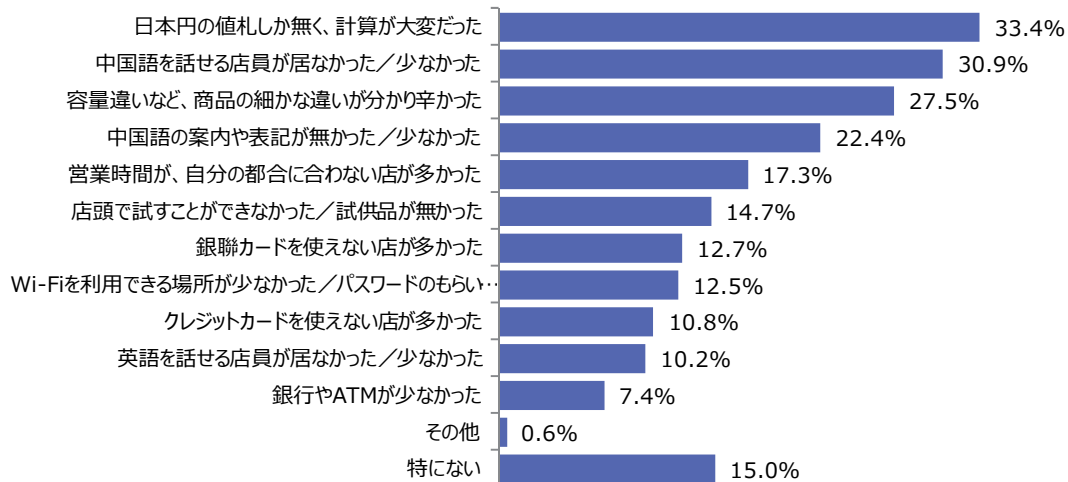
Q２０. 買いたい商品リストに入っていた商品が、欠品などで、購入できなかったことはありましたか。また、購入できなかったとき、あなたはどうしましたか。（MA）

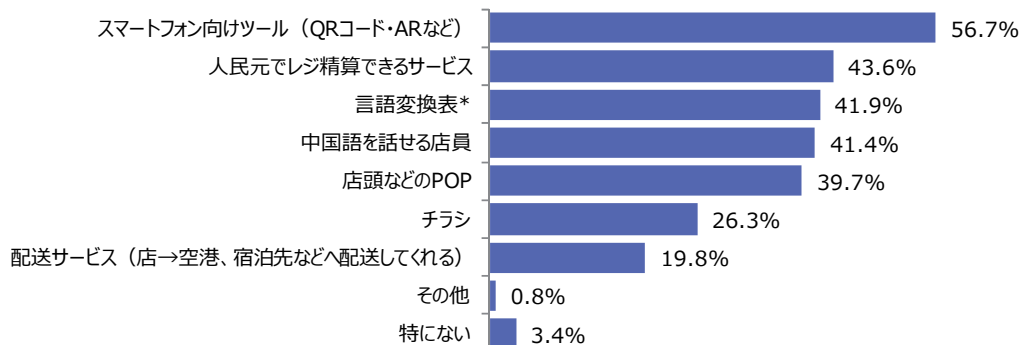
回答	%
代わりに、似た別の商品を購入した	50.4%
似た別の商品を購入せず、その商品は諦めた	27.7%
帰国した後、日本から取り寄せた	18.4%
帰国した後、中国国内で購入した	10.3%
その他	0.0%
リストに入っていた商品は全て購入できた	21.6%

Q２１.（リストに入っていなかった商品購入者へ）その商品を購入するに至った、「商品や案内・プロモーションでの決め手・良かった点」があれば、お選び下さい。（MA）

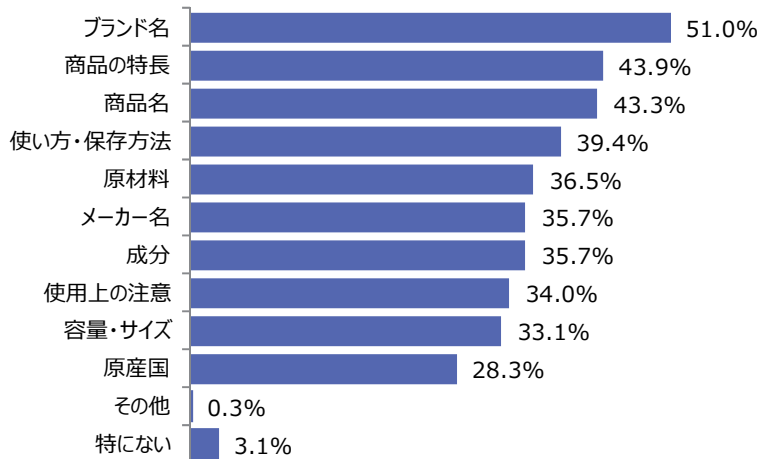
項目	割合
聞いたことがある商品だった	40.8%
知っているメーカーの商品だった	39.5%
価格が安かった	37.8%
商品パッケージが目立っていた	34.8%
商品パッケージに書かれた説明が理解できた（できそうだった）	32.2%
店員の案内・お薦めが良かった	29.6%
商品パッケージが立派、高級そうだった	27.9%
店頭で商品が目につきやすかった・強くアピールされていた	24.5%
店頭のポスターやPOPが良かった	20.6%
容量（サイズ）が良かった	19.3%
宿泊施設に置いてあるチラシ・案内が良かった	15.9%
周囲の人が購入しているのを見て、自分も購入した	15.9%
旅行社の案内・パンフレットが良かった	15.5%
ツアーガイドの案内・お薦めが良かった	10.7%
街の人（日本人）の案内が良かった	8.2%
その他	0.9%
特にない	0.0%

Q２２. 日本での買い物で、あなたが困ったことは何でしたか。（MA）

項目	割合
日本円の値札しか無く、計算が大変だった	33.4%
中国語を話せる店員が居なかった／少なかった	30.9%
容量違いなど、商品の細かな違いが分かり辛かった	27.5%
中国語の案内や表記が無かった／少なかった	22.4%
営業時間が、自分の都合に合わない店が多かった	17.3%
店頭で試すことができなかった／試供品が無かった	14.7%
銀聯カードを使えない店が多かった	12.7%
Wi-Fiを利用できる場所が少なかった／パスワードのもらい…	12.5%
クレジットカードを使えない店が多かった	10.8%
英語を話せる店員が居なかった／少なかった	10.2%
銀行やATMが少なかった	7.4%
その他	0.6%
特にない	15.0%

Q２３. 買い物をするときに、参考になった、あって良かったと思う、「訪日外国人向けのツール」があればお選びください。（MA）

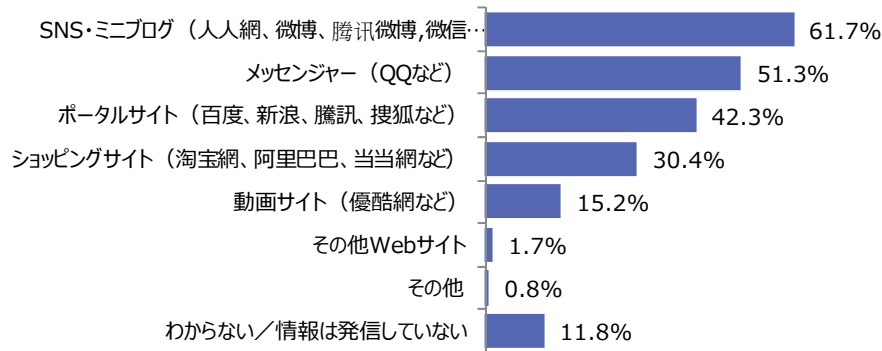
項目	割合
スマートフォン向けツール（QRコード・ARなど）	56.7%
人民元でレジ精算できるサービス	43.6%
言語変換表*	41.9%
中国語を話せる店員	41.4%
店頭などのPOP	39.7%
チラシ	26.3%
配送サービス（店→空港、宿泊先などへ配送してくれる）	19.8%
その他	0.8%
特にない	3.4%

*言語変換表：よくある会話が一覧になっており、言いたいことを指で指し示すコミュニケーションツール

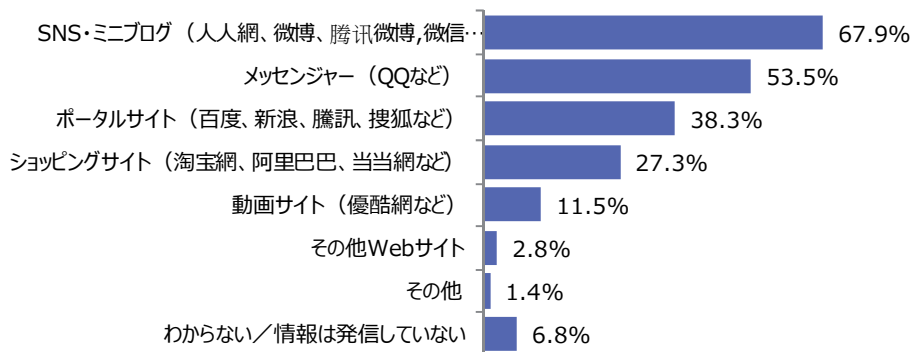
Q２４．日本で買い物をする際、店頭に無いと困る・必要性を感じた「中国語での商品情報」は何ですか。（MA）

項目	割合
ブランド名	51.0%
商品の特長	43.9%
商品名	43.3%
使い方・保存方法	39.4%
原材料	36.5%
メーカー名	35.7%
成分	35.7%
使用上の注意	34.0%
容量・サイズ	33.1%
原産国	28.3%
その他	0.3%
特にない	3.1%

Q２５．日本滞在中は、「買い物に関する情報」を、どこから得ていましたか。情報源をお選びください。（MA）

項目	割合
店員から	33.0%
中国に住む家族・親族・友人・知人との電話・メール	31.3%
ツアーガイドから	29.6%
SNS・ミニブログ（人人網、微博、腾讯微博,微信など）	29.6%
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、捜狐など）	28.7%
ガイドブック・書籍	27.6%
フリーペーパー	20.8%
メッセンジャー（QQなど）	18.9%
ショッピングサイト（淘宝網、阿里巴巴、当当網など）	17.7%
日本のテレビ・ラジオ	17.2%
商品のメーカー企業のホームページ（中国語のページ）	16.9%
街の日本人から	14.1%
行きたい店の、ホームページ（中国語のページ）	13.5%
中国の政府機関や国家観光局のホームページ	13.2%
旅行社のホームページ	13.0%
中国語の新聞・雑誌	12.7%
日本に住む家族・親族・友人・知人との電話・メール	12.4%
日本の新聞・雑誌	12.4%
商品のメーカー企業のホームページ（日本語のページ）	9.9%
日本の政府機関や観光局のホームページ	9.0%
ニュースサイト（新華社通信、人民日報、中央電視台…	7.6%
日本のマスメディア記事を掲載しているWebサイト	6.8%
行きたい店の、ホームページ（日本語のページ）	6.2%
動画サイト（優酷網など）	6.2%
旅行社のパンフレットやチラシ	5.9%
その他Webサイト	0.6%
その他	0.6%
覚えていない／情報を入手していない	2.8%

Q２６．日本滞在中に、あなたが情報を発信・掲載したWebサイトをお選びください。（MA）

項目	%
SNS・ミニブログ（人人網、微博、腾讯微博,微信…	61.7%
メッセンジャー（QQなど）	51.3%
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、捜狐など）	42.3%
ショッピングサイト（淘宝網、阿里巴巴、当当網など）	30.4%
動画サイト（優酷網など）	15.2%
その他Webサイト	1.7%
その他	0.8%
わからない／情報は発信していない	11.8%

Q２７．では、帰国後に、あなたが情報を発信・掲載したWebサイトをお選びください。（MA）

項目	%
SNS・ミニブログ（人人網、微博、腾讯微博,微信…	67.9%
メッセンジャー（QQなど）	53.5%
ポータルサイト（百度、新浪、騰訊、捜狐など）	38.3%
ショッピングサイト（淘宝網、阿里巴巴、当当網など）	27.3%
動画サイト（優酷網など）	11.5%
その他Webサイト	2.8%
その他	1.4%
わからない／情報は発信していない	6.8%

Q２８．日本での、医薬品・化粧品・日用品・衛生用品等の買い物について、訪日前に決めていた買い物の予算と、実際に日本で「買い物に使った」合計金額を教えてください。（MXSA）

	1.1,000元以下	2.1,001～2,500元	3.2,501～5,000元	4.5,001～10,000元	5.10,001～20,000元	6.20,001～30,000元	7.30,001～50,000元	8.50,001元以上	9.予算は決めていなかった／覚えていない
訪日前に決めていた「買い物予算」	2.0	10.8	20.1	30.6	19.0	5.7	4.2	3.1	4.5
実際に日本で「買い物」に使った合計金額	0.8	6.2	18.1	26.9	25.5	11.6	4.2	4.5	2.0

Q２９．日本で購入した次の商品を、どの程度「買ってよかった」と思いますか。（MXSA）

商品	1.買って良かった	2.やや買って良かった	3.どちらともいえない	4.やや買わなければ良かった	5.買わなければ良かった
メイクアップ化粧品_資生堂等の日本メーカー（口紅、ファンデーションなど）	55.5	37.5	6.3		
基礎化粧品_資生堂等の日本メーカー（化粧水・乳液など）	54.4	36.1	8.8		
風邪薬（葛根湯・パブロンなど）	43.9	45.1	8.7		
メイクアップ化粧品_ランコム等の海外メーカー（口紅、ファンデーションなど）	46.0	42.5	9.3		
基礎化粧品_ランコム等の海外メーカー（化粧水・乳液など）	44.5	43.6	10.1		
.ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	44.2	41.5	12.9		
健康食品・サプリメント	44.1	41.5	11.8		
口腔内ケア用品（歯ブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど）	39.7	42.9	15.3		
解熱鎮痛剤（頭痛薬など）	40.4	41.9	14.7		
アイケア用品（目の洗浄剤・ホットアイマスク「めぐりズム」など）	35.8	45.7	16.2		
目薬	48.1	33.3	16.9		
胃腸薬（正露丸・第一三共胃腸薬など）	38.0	43.3	16.7		
ボディケア用品（ボディソープ、ハンドクリーム・制汗剤など）	38.8	42.1	18.2		
紙おむつ（ベビー用）	37.5	43.0	14.8		
ヘアケア用品（シャンプー、トリートメント・整髪剤など）	39.0	41.0	17.9		
ペット用品・ペットフード	36.0	42.7	19.1		
レッグ・フットケア用品（足用冷却シート「休足時間」・脱毛剤など）	35.1	42.4	19.9		
芳香・消臭剤（消臭剤・芳香剤・衣類消臭スプレーなど）	28.9	48.4	18.8	3.9	
化粧小物（爪切り・ビューラー・カミソリなど）	32.5	44.8	20.9		
生活雑貨（食器用洗剤・住居用洗剤、鍋、スポンジなど）	31.7	45.5	16.6	5.5	
漢方薬	31.3	45.0	22.1		
生理用品（ナプキン・尿とりパッドなど）	41.0	35.1	17.9	4.5	
マスク	22.5	50.5	18.9	7.2	
避妊用具	30.3	42.2	22.0	3.7	
紙おむつ（大人用）	30.8	41.0	17.9	9.0	
熱冷却用品、使い捨てカイロ（冷えピタ、ホッカイロなど）	30.9	40.4	22.1	6.6	
衣料洗濯用品（洗濯洗剤・柔軟剤など）	30.6	40.5	24.8	3.3	
防虫・殺虫剤（防虫剤・蚊取り線香・ゴキブリ捕獲器）	22.9	45.9	25.7	5.5	
紙製品（ティッシュペーパー・トイレットペーパーなど）	23.6	43.6	25.0	7.1	
その他	19.8	51.0	18.8	7.3	

（SA：単一回答　MA：複数回答　MXSA：マトリクス単一回答）

Q３０．日本で購入した次の商品は、「今後も継続して使いたい商品」でしたか。(MXSA)

■1.ぜひ今後も使いたい　■2.できれば今後も使いたい　■3.あれば使いたいが、無くても構わない　■4.使いたいとは思わない

商品	1.ぜひ今後も使いたい	2.できれば今後も使いたい	3.あれば使いたいが、無くても構わない	4.使いたいとは思わない
解熱鎮痛剤（頭痛薬など）	55.4	43.8	0.9	
風邪薬（葛根湯・パブロンなど）	64.3	33.1	2.6	
化粧小物（爪切り・ビューラー・カミソリなど）	51.6	45.2	3.2	
目薬	61.0	35.1	3.9	
基礎化粧品_資生堂等の日本メーカー（化粧水・乳液など）	58.9	35.9	5.2	
メイクアップ化粧品_資生堂等の日本メーカー（口紅、ファンデーションなど）	54.9	39.1	5.5	
基礎化粧品_ランコム等の海外メーカー（化粧水・乳液など）	51.6	42.2	5.2	
ヘアケア用品（シャンプー、トリートメント・整髪剤など）	53.2	39.7	6.4	
胃腸薬（正露丸・第一三共胃腸薬など）	45.1	47.5	7.4	
避妊用具	46.8	45.6	7.6	
紙おむつ（ベビー用）	54.4	37.9	7.8	
健康食品・サプリメント	53.9	38.3	7.2	
熱冷却用品、使い捨てカイロ（冷えピタ、ホッカイロなど）	37.1	54.6	8.2	
口腔内ケア用品（歯ブラシ・歯磨き粉・マウスウォッシュなど）	46.8	44.2	8.3	
芳香・消臭剤（消臭剤・芳香剤・衣類消臭スプレーなど）	45.5	45.5	7.1	
アイケア用品（目の洗浄剤・ホットアイマスク「めぐりズム」など）	50.4	40.4	8.5	
ボディケア用品（ボディソープ、ハンドクリーム・制汗剤など）	52.0	38.7	8.7	
生理用品（ナプキン・尿とりパッドなど）	51.0	39.2	9.8	
マスク	44.4	45.7	8.6	
ペット用品・ペットフード	35.7	54.3	8.6	
生活雑貨（食器用洗剤・住居用洗剤、鍋、スポンジなど）	45.5	43.8	10.7	
漢方薬	40.0	49.0	11.0	
メイクアップ化粧品_ランコム等の海外メーカー（口紅、ファンデーションなど）	49.5	39.5	10.5	
ベビー用品・粉ミルク・ベビーフード	50.0	38.9	10.3	
衣料洗濯用品（洗濯洗剤・柔軟剤など）	39.5	47.7	11.6	
レッグ・フットケア用品（足用冷却シート「休足時間」・脱毛剤など）	38.5	47.9	12.8	
紙おむつ（大人用）	48.2	37.5	10.7	3.6
紙製品（ティッシュペーパー・トイレットペーパーなど）	37.2	47.9	14.9	
防虫・殺虫剤（防虫剤・蚊取り線香・ゴキブリ捕獲器）	38.7	42.7	18.7	
その他	35.3	54.4	10.3	

Q３１．日本で購入した上記のような商品は、帰国後、どうしましたか。(MA)

項目	%
自分で使う・使った	83.7%
家族に渡した・あげた	69.7%
友人・知人に渡した・あげた	42.3%
親族に渡した・あげた	40.3%
不要になったので他者にあげた・売った	2.9%
まだ未定（そのまま置いてある）	1.4%
その他	0.0%

Q３２．日本で購入した上記のような商品を、気に入っていたが使い切ってしまった場合、その後、その商品をどのように入手すると思いますか。(MA)

項目	%
また日本に買いに行くと思う	59.7%
中国国内で、日本製の、同じ商品を購入すると思う	42.7%
在日の知人、訪日旅行予定の知人に購入してもらうと思う	27.3%
日本には行かず、日本から取り寄せると思う	27.0%
中国国内で、日本製の、似たような違う商品を探すと思う	16.7%
中国国内で、中国製の、似たような違う商品を探すと思う	6.8%
今後の入手は諦める	1.0%

Q３３．今回の訪日では、買い物の時間は十分にありましたか。(MXSA)

	1.時間が余った	2.ちょうど良かった	3.少し時間が足りなかった	4.全く時間が足りなかった
ツアーで組み込まれた買い物時間	29.6	48.2	18.0	4.2
自由行動時の買い物時間（昼）	25.4	49.0	24.5	1.1
自由行動時の買い物時間（夜）	24.2	50.7	23.4	1.7

Q３４．全体的に見た、今回の訪日の満足度をお選びください。(SA)

大いに満足	どちらかといえば満足	どちらともいえない	どちらかといえば不満	大いに不満
32.4	64.5	2.3	0.8	

Q３５．今後、また日本を訪れたいと思いますか。(SA)

また行きたい	どちらかといえば、また行きたい	どちらともいえない	どちらかといえば、もう行きたくない	もう行きたくない
62.0	33.5	3.9	0.6	

2．上海でのグループインタビュー

（１）インタビューの概要

日時	2015 年 6 月 15 日(月) 13 時～18 時
会場	上海 17 Floor,Boutique Administration Mansion,355 Wuding Road,Shanghai
調査機関	インターワイヤード
手法	世帯年収別に分けた 2 グループに対し別々に実施 中国人モデレーターによるフォーカスグループインタビュー

（２）インタビューの対象者

① 25 歳～40 歳の男女

② 6 ヶ月以内に日本に旅行したことがある

③ インタビューのグルーピング

◇ グループ 1：世帯年収 20 万人民元（約 400 万円）以上　5 名

◇ グループ 2：世帯年収 10 万～15 万人民元（約 200～300 万円）　5 名

（3）インタビュー対象者のプロフィール

グループ１

名前	チョウ	チョウ	シュ	リク	シュウ
性別	男	女	男	女	女
年齢	36	35	31	31	33
職業	物流/ 華東百貨経理代理	営業関連/行政	船舶/貿易管理職	翻訳会社/人事	建築関連 /室内設計師
学歴	大卒	専門学校	大卒	大卒	大卒
未既婚・子供	既婚子持ち	既婚子持ち	既婚・子供なし	既婚子持ち	既婚子持ち
世帯年収	~240,000元	~220,000元	~240,000元	~240,000元	240,000元
旅行方式	自由型	団体型	自由形	自由型	団体式 （買い物地点指定なし）
旅行目的	旅行、買い物	旅行、買い物	自由形	旅行、買い物	旅行、買い物
購入した商品	電化製品、デジタル製品、医薬品、カバン、腕時計	医薬化粧品、デジタルブック、魔法瓶、シェイバー、玩具、食品	医薬品、スキンケア用品、カメラ、服、靴、腕時計、食品	化粧品、医薬品、香辛料 糖果	化粧品、スキンケア用品、電気ポット、オムツ、食品
同行者	自分たち夫婦と 友人夫婦（全4人）	友人（全2人）	友人（全2人）	一家三人	両親 （全3人）
同居者	妻	友人	友人	一家三人	母親
旅費	12,000元以上	6,000元以上	8000元	5000-6000元	7000元
直近訪日 時期	2015年5月16日	2015年5月1日	2015年5月3日	2015年5月21日	2015年5月1日
訪れた都市	東京、銀座、新宿、渋谷、秋葉原、熱海、横浜、大阪 （8日間）	東京、大阪、京都、新宿、、箱根、銀座 （7日間）	京都、東京、箱根	大阪、奈良	東京、大阪、箱根、京都 （6日間）
SNSｻｲﾄ	Wechat/QQ	Wechat	Weibo/Wechat/QQ	Weibo/Wechat/QQ	Wechat/QQ
よく見る雑誌	Marie Claire	ELLE	世界地理雑誌	RAYLI	-
よく見る新聞	申江	-	新民晩報	-	-
よく見るWeb	ﾏﾎ	-	SOHU	-	-
好きな ﾌｧｯｼｮﾝﾌﾞﾗﾝﾄﾞ	Onitsuka Tiger、MUJI	三宅一生	BAPE	-	-
好きな有名人	中田英寿	-	西野カナ	-	-
趣味・ﾊﾏﾘごと	旅行、運動	旅行、買い物	旅行、体育	ネットサーフィン，旅行	旅行、運動、切手
自慢の日本商品	腕時計	電器	カメラ	バッグ，電気製品	電器ポット、おむつ、 Samantha Thavasa
気に入っている点	スタイルが斬新、価格は安い、機能が多い。	日本の家電が有名で、新商品が出来るが早い、品質がいい。	使用便利、ファッション感が強い	サービス，清潔	品質がいい
訪問店舗	銀座、LV、Burberry、Ferragamo、FANCL、セイコー、ヨドバシ、DAIMARU、マツモトキヨシ、喜多屋、MUJI、Outles関西、Diesel、Edwin、Edwinジーンズ	銀座、秋葉原電気街、心斎橋商業町、マツモトキヨシ	阪急百貨、高島屋	高島屋，大丸，大阪アウトレット	名古屋、Hello Kitty店、Samantha Thavasa
購入日雑用品	風薬、おりもの専用シート、目薬、蚊取り線香、蚊避けクリーム、タルカムパウダー、成人目薬、磁力貼り、胃腸薬、痛止め貼り、龍角散、SK−II、FANCL、生酵素、ヘアカラー剤	おりもの専用シート、魚肝油、目薬、酵素、KATE化粧品、楽高おもちゃ	資生堂乳液、風薬、花王蒸気アイマスク、ヘアマスク	タイガー炊飯ジャー，ステンレスボトル，レゴ，バーバリー・ブルーレーベルのバッグ，ミキハウスの靴，キスミーアイライナー，資生堂乳液，雪肌精セット，肌美精3Dマスク，日立ハダクリエN3000	資生堂、花王、刃物、魔法瓶、Hello Kitty腕時計、おもちゃ、無添加化粧品、Samantha Thavasaバッグ
日本以外の旅行国	台湾	韓国	シンガポール	香港，シンガポール，タイ	フランス、スイス、イタリア
その目的	①観光	②買いもの	①観光 ②買いもの	①観光	-
印象深い購入物	-	-	食べ物、風邪薬	-	LONGINES、SWAROVSKI
今後、買い物をしたい国	沖縄	イタリア、スイス、フランス	イタリア、フランス	-	カンボジア

グループ２

名前	チョウ	リク	リー	イン	ゴ
性別	女	男	女	男	女
年齢	33	30	25	30	31
職業	家具/セールス	通信/技術関連	ブライダル関連/撮影アシスタント	自動車修理関連/アフターケア	内装関連/セールス
学歴	専門学校	専門学校	大卒	大卒	専門学校
未既婚･子供	独身(離婚)	独身	独身	独身	独身
世帯年収	100,000元	100,000元	100,000元	130,000元	130,000元
旅行方式	団体式（自由行動有り）	自由型	団体式（2日自由行動）	自由型	自由型
旅行目的	旅行、買い物	旅行、買い物	旅行、買い物	旅行、買い物、友人訪問	買い物、温泉
購入した商品	炊飯器、ドライヤー、シェイバー、ｉＰｈｏｎｅ、カメラレンズ、照明器具、医薬化粧品、スキンケア用品、便座、食品	服、カバン、食品、医薬化粧品、髪染め	医薬化粧品、スキンケア用品、炊飯器、魔法瓶、電動歯ブラシ、サックス、食品	携帯、変圧器、服、食品	化粧品、スキンケア用品、靴、魔法瓶、電動歯ブラシ、食品
同行者	家族、友人（全7人）	友人（全2人）	母親（全2人）	独身	母親（全2人）
同居者	一人暮らし	友人	母親	友人	母親
旅費	6800元	7000-8000元	8000元	10000元	6000元
直近訪日 時期	2015年4月	2015年4月24日	2014年12月1日	2015年1月1日	2015年5月1日
訪れた都市	東京、銀座、箱根、渋谷、秋葉原（7日間）	京都、大阪	東京、大阪、箱根、京都（6日間）	東京、横浜、神戸、熊本（2週間）	北海道（札幌，小尊）
SNSｻｲﾄ	Wechat/QQ	Wechat/QQ	Weibo/Wechat	Weibo/Wechat/QQ	Weibo/Wechat
よく見る雑誌	ELLE	-	MINA、VIVI	名車誌	RAYLI
よく見る新聞	-	-		-	-
よく見るWeb	-	Taobao	SINA	-	-
好きなﾌｧｯｼｮﾝﾌﾞﾗﾝﾄﾞ	三宅一生、シュウウエムラ	-	A Bathing Ape、CPB、ヤマハ、コスメデコルテ	ホンダ	カネボウ
好きな有名人	-	-		木村拓哉	木村拓哉
趣味･ﾊﾏりごと	買い物、旅行、ショッピング、カラオケ	映画，旅行	買い物、ジョギング、撮影	ネットサフィン、旅行、水泳	ネットサーフィン，旅行，映画
自慢の日本商品	モンチッチ	斜め掛けバッグ	日立　Ｎ３０００	明治	化粧品，スキンケア
気に入っている点	可愛い、愛嬌がある、童心	きれい，デザインがいい，オシャレ	使いやすい、肌をデイ-プクレンジングが出来る、皮膚が良くなった	ミルク味が濃い	無刺激，効果がいい
訪問店舗	心斎橋家電販売店、大丸	マルイ、高島屋	高島屋、秋葉原、マツモトキヨシ、Burberry、LV（銀座）、ドンキ・ホーテ、大阪outlet，お台場	元町	狸小路，大丸
購入日雑用品	花王アイマスク、尊馬油、花王ボディ&ヘアケア（花王洗护用品）、大王おむつ、シュウウエムラメーク落し、酵素、花王生理用ナプキン	SK-II美容液，洗顔料	資生堂シャンプー、酵素、目薬、蒸気でホットアイマスク、生理用ナプキン、小林製薬洗眼液、日立N3000、24K純金美容棒、象印炊飯器、タイガー電気ポット、魔法瓶、Biore洗顔クリーム、馬油、楽器、CPBスキンケア、コスメデコルテ、Threeシャンプー、食品	明治	資生堂アイブロウ，胃薬，カネボウ，ファンケル，ＤＨＣ，小林製薬ニノキュア，肌美精，目薬，スプレー，ステンレスボトル，資生堂ボディ&ヘアケア，カネボウ靴下，蒸気でアイマスク
日本以外の旅行国	していない	していない	タイ、韓国	シンガポール	フィリピン，韓国
その目的	-	-	②買いもの	①観光	-
印象深い購入物	-	-	バンコクバッグ、マスク	-	韓国化粧品，マスカラ，カタツムリクリーム
今後、買い物をしたい国	トルコ、モルジブ、パラオ	アメリカ	フランス、オーストラリア	ドイツ	韓国

（４）インタビュー回答の要旨

訪日旅行の動機・目的
① 日本人の質の高い対応(サービス）への憧れを満たす(実現する)ことと、買い物を楽しむ。 ・ 日本の品質の高い製品や食べ物とサービスが中国人の憧れであり、それを直接体験したい、買いたいとの思いが強い。 ・ アジアナンバーワンの先進国の実態を見てみたい。 ② 日本製の商品に対する「信頼」と「信用度」は極めて高い ・ 特に、化粧品、医薬品、電子製品(家電、カメラ、時計)の需要が大きい。 ・ 日本では偽物を買う心配がない。 ・ 日本の物は安心。「Made in Japan」を買う。

訪日前の旅行計画
① ショッピングリストをつくる 《情報源》 ・ タオバオ（淘宝：中国の電子商取引最大手のアリババが設立したネットオークションサイト）ＳＮＳ（微博（Weibo）：ミニブログ、微信（We-chat）：中国版Lineなど）や、その他、検索エンジン （百度（バイドゥ）：別名「中国のグーグル」）やショッピング通販サイト（天猫）にキーワードを入力して検索し、日本で何を買うかを決める。 ・ 家族・友人・知人から微信などを通じて欲しい商品の依頼を得る。 《ショッピングリストの種類》 ・ リストは、データのプリントアウトや手書きメモと携帯アプリや携帯メモ機能などを用いる。 ・ 自分用と依頼品のリストは別々に作成する。 ② 情報整理・購買計画をつくる 《情報の内容》 ・ 製品名だけでなく、国内参考価格や製品パッケージや概要などの情報を調べる。 ・ グーグルマップを使ってショップを探す、バス、地下鉄など交通手段を調べるなど大量の時間をかけて事前情報整理を行う。

訪日中の買い物
① お店に行くとき 《お店探し》 ・ 有名ブランドなどは事前にどこで何を売っているかを調べているが、「日本でいま何が流行しているか」を収集する手立てがない。 ・ 道に迷ったり、ショップの場所が分からなかったりしたときには、日本人に協力を求める。

② 買い物をするとき

《サポート》

- ショッピングリストにない商品を探すときには、ガイドや店員に協力してもらう必要があるが、言葉が通じないためコミュニケーションが取りづらく苦労することがある。
- 大手百貨店などでは店内ツールや中国語を話せる店員の配置などで問題解決してくれている。
- 日本の店員は買わない人に対しても親切である。
- 日本人の言動や振る舞いは礼儀正しい。
- こちらが困った時の日本人の熱心な対応には感動している。

《言語・表記》

- 言葉が通じないことや中国とは表記が異なることが苦労する。消費税についても、税抜は「免税」の表記でわかるが、表記の仕方によってはこちらが思っていた値段と違うこともある。

《価格》

- 日本製品の価格は中国国内より安いため、それほど気にしない。但し、キャンペーンは購買意欲を刺激する。（「お得」意識に弱い）
- 価格はすべて商品に明記されているので、安心して買い物ができる。

《免税》

- 一定額にならないと税金免除にならないし、手続きがわからないこともある。また税金還付は簡単で便利だが待ち時間が長い。

《店舗》

- 20 時で閉店になるお店が多く、不便に感じる。
- 時間節約したいので、1 ヶ所で買い揃えられるのがベスト。

《情報発信》

- 買った商品の写真を微信などに載せる。日本で流行している情報を友人たちに伝えたい気持ち（＝優越感）が強い。

④ 製品

《品質》

- 「Made In China」でも日本で買うと中国で買った製品より品質が良いと思っている。日本の品質検査の基準は中国とは別のもの。
- 「日本限定」製品は品質が高いと思っているので、できるだけ「日本限定」製品を買う。

《使用方法》

- 製品自体は満足に思っているが、使用方法が分からないで困っている。
- 日本製品の使用方法は、中国国内のサイトにも載っているが調べるのが手間である。

《取扱説明書》

- ラベルの日本語説明、特に家電製品と医薬品の取扱説明書は理解することができない。（下痢止めと下剤の区別がつかない、風邪のどんな症状に効くのかわからないなど）
- 人気製品の中国語の取扱説明書は、百度や淘宝などで簡単に見つけることができるが、取扱説明書を探しにくい商品もある。

⑤ その他

《日本の素晴らしいところ》

- 日本は清潔である。

《困ったこと》

- ゴミ箱がないので困った。ごみの分類規定がある。ごみが捨てられない。
- 日本人は英語が話せない人が多い。
- 公共の場所等では静かなので大声でしゃべれない。お店の中でも近くで店員に見られており友人としゃべりづらいなど「抑圧されている」感じがした。
- 電車など交通機関の利用案内やサインが少なくて不便に感じる。

本調査レポートに関するお問い合わせ先

株式会社プラネット　ネットワーク企画部（担当：今村）

東京都港区浜松町 1-31　文化放送メディアプラスビル
TEL：03-5962-0811　E-Mail：kikaku@planet-van.co.jp